

ПУГАЧЕВ В. В.

Башкирский государственный университет

ГРАЖДАНСКИЙ ДИАЛОГ В СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА

Аннотация: окончание романтического периода демократии и его трансформации в СМИ. Доля разного типа источников информации на медиарынке. Эффективное и неэффективное использование главных позиций в медиадискуссиях. Повторение информационных ошибок советской страны. Градус напряжения и недоверия к источникам СМИ. Медленный откат от либеральной экономики. Повторение старых ошибок в освещении ковид истории. Системное видение информационной модели.

Ключевые слова: цена новости, качество новости, количество пропаганды, уход от неэффективной новости, типология новостного блока, психология получателя, советская модель информирования, кризис информирования как константа современных СМИ.

PUGACHEV V. V.

CIVIL DIALOGUE IN MODERN MEDIA

Abstract: The end of the romantic period of democracy and its transformation. The share of different types of information sources in the media market. Effective and ineffective use of key positions in media discussions. Repetition of information mistakes of the Soviet country. Degree of tension and distrust of media sources. A slow rollback from a liberal economy. Repetition of old mistakes in the coverage of covid history. System vision of the information model.

Keywords: price of news, quality of news, amount of propaganda, avoiding ineffective news, typology of the news block, psychology of the recipient, parting with the Soviet model of information, the crisis of information as a constant of modern media.

Традиции отбора информационных поводов по проблематике для различных каналов в современной журналистике мало чем отличаются от советской практики. Изменился только масштаб отбора проблемы, герои публикаций превратились в народ. Сегодня телевидение в приоритетах аудитории ушло на второй план. Но на первых строках, как и раньше, остались достижения науки и техники. Эволюция телевидения, как канала информации СМИ, не прямолинейная, в графике имеет очень сложный рисунок. «Эволюция — это не только прогресс (идуший с усложнением структуры), т. е. изменение к лучшему, но и регресс (от латинского «возвращение назад»), ведущий к упрощению структуры, а также идиоадаптация, т. е. такая жизнедеятельность, при которой не происходит ни повышения, ни понижения уровня; ни прогресса, ни регресса. Кроме того, количественные постоянные изменения перемежаются качественными скачками, которые выводят систему на другой уровень — либо выше, либо

ниже» [3, с. 16-17]. Романтический подход советской системы СМИП к отбору информационных поводов имеет весьма прагматическое объяснение. Руководство видело бедность и примитивность жизни в стране. Поэтому все ожидания счастья были перенесены в будущее. Для этого материализованного светлого будущего и была построена сначала ВСХВ, которая потом станет ВДНХ.

Технологи пропагандистских акций тщательно продумывали основные мероприятия, подробности которых доносились до граждан СССР с помощью самых читаемых газет, например, «Комсомольской правды» и «Известий», «Литературной газеты», влияние которых на читающую аудиторию было абсолютным. «Правда» была главной газетой, но никто не обольщался насчет ее влияния на умы и сердца. Это была газета для функционеров и фанатичных коммунистов. А те газеты читали просто по личному выбору. Сегодня у СМИ другой читатель, телезритель и пользователь интернета. Давно нет организаций со своей системой массовой информации, какими были пионерская и комсомольские организации (Селигер не считается, потому что его влияние очень локально). Свободное время большинство учеников проводит в своих гаджетах. Так на горизонте появился «Тик-Ток». На наш взгляд, не «Тик-Ток» виноват в том, что он стал для части аудитории главной информационной площадкой. Сегодня «Тик-Ток» по частоте скачивания самый востребованный портал интернета. Есть собственная открытая статистика «Тик-Тока», его в августе 2020 г. посетило больше 48 миллионов пользователей. Он реальный конкурент электронных газет, особенно региональных.

Наша система СМИ предлагает нам думать, как не ошибиться в выборе **института или университета**. Мы по инерции продолжаем считать, что без высшего образования жизнь не удалась. Экономике очень нужно, чтобы рабочие профессии стали востребованными. Для этого надо на всех каналах нашей системы СМИ рассказывать о труде рабочих. Высокая заработная плата рабочих профессий — сильнейший мотиватор при выборе будущего у молодежи. Это до сих пор почти запретная тема.

Листаем «Российскую газету», региональные газеты, анализируем проблематику информационных программ федеральных и местных каналов телевидения, читаем интернет-газеты. В основном одни достижения и подвиги в блоке местной и российской тематики. И даже борьбу с новой болезнью умудрились превратить в пропагандистскую кампанию, судя по лицам руководителей отрасли в телевизоре и на страницах газет. Анализ подменен барабанным боем достижений, что мы опять всех опередили. Но у нас уже иммунитет к телевизионной картинке государственного благополучия. Нужен разбор ошибок борьбы с новой эпидемией.

Вот проблематика программы «Вести» за 26 января 2021 г. В эфире прошло 29 сюжетов. Два сюжета с участием президента России, 6 о коронавирусе и прививках. Пять сюжетов из дальнего зарубежья, военный парад в Индии, беспорядки в Нидерландах, импичмент в США, торнадо в Алабаме. Три сюжета помечены работой Единой России. На местном канале, объемом в 15 минут, прошло 9 сюжетов. О порядке подачи документов на перерасчет платы за отопление, появлении волков, о пожаре на нефтеперерабатывающем заводе, про телефонных аферистов, про снег, упавший на женщину и что у главы республики родился ребенок.

Федеральный блок пропагандистски насыщен, за новостями в комментарии шли подробные оценки события. В событийной картине дня не было светлых, жизнеутверждающих новостей [1]. Мы фиксировали проблематику новостей на российском и местном каналах в течение 10 дней, содержательная модель ежедневных выпусков однотипна.

Мы знаем, что сегодня индекс эффективности информационного канала определяется цитированием. Чаще цитируются электронные газеты, они позволяют себе объективно анализировать наши проблемы. Вот рейтинг наиболее цитируемых изданий Башкирии в третьем квартале 2020 г. Мы изучили в электронном ресурсе «Медиалогия» рейтинг цитирования и получили список электронных изданий во главе с лентой «Башинформа». В середине списка были «Коммерсант-Уфа» и «Комсомольская правда-Уфа» и «Эхо-Москвы-Уфа» на предпоследней строке. Критерии такого рейтинга объективные. Статистика подготовлена местной службой по анализу медиа [4].

Не требуется возрождать массовый советский социальный альтруизм, нас ежедневно лечат обычные врачи, они не население лечат, а простых людей. Мы думаем, что с точки зрения психологии получателя информации они должны включать следующие важные разделы нашей жизни: «а) схема влияния на людей («human impact») касается влияния СМИ на реципиентов, у этой схемы есть сильные эмоциональные компоненты; б) экономическая схема («economic») относится к событиям экономической жизни и прибыли; в) схема «нас-их» представляет политические события как конфликт групп; г) схема контроля («control») интерпретирует события с позиции собственных возможностей человека контролировать события» [2, с. 223]. Примерно в таких параметрах разворачиваются основные дискуссии молодого российского гражданского общества. Оно пока не очень совершенное, но есть над чем работать и что обсуждать. Если сохраняем практику манипулирования общественным мнением в СМИ, то пора это делать тонко и желательно незаметно.

Литература

1. Вести — Текст: электронный // Россия 1. 26 января 2021 г. — URL: <http://www.vesti.ru>
2. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы / П. Винтерхофф-Шпурк. — Харьков : Гуманитарный центр, 2007.
3. Дзялошинский И. М. Аналитический потенциал концепции информационно-коммуникативного универсума / И. М. Дзялошинский // Вопросы журналистики. — 2020. — № 7. — Томск. ТГУ. — С. 16-17.
4. Медиалогия. Уфа. 2020. — Текст: электронный. — URL: <http://www.mlg.ru>.